

Vestidos de negro: la indumentaria masculina del siglo XIX en España¹

Collin McKinney

Bucknell University

¡Los trapos, ay! ¿Quién no ve en ellos
una de las principales energías de la época presente,
tal vez una causa generadora de movimiento y vida?

—Benito Pérez Galdós, *Fortunata y Jacinta*.

Es probable que el antiguo refrán que dice que el hábito no hace al monje no sea totalmente cierto. Más allá de su mera función de protección frente a los elementos, la vestimenta equivale a un discurso social, constituye la reivindicación de un determinado estatus, hace declaraciones morales, revela las tendencias estéticas y, por supuesto, identifica a los géneros.

El presente análisis intentará llenar un vacío en el conocimiento de los interconectados temas de género y moda.² Al igual que el estudio de la vestimenta y la moda se vino desarrollando durante el medio siglo anterior, así lo hicieron la variedad de enfoques teóricos. Por citar un ejemplo, Roland Barthes, Susan Kaiser y Fred Davis han escrito acerca de la moda dentro de los campos de la semiótica, la psicología y la sociología, pero, a pesar de las diferentes metodologías y estilos discursivos que utilizan, todos ellos insisten en la función de la ropa como comunicación no verbal, a lo que Barthes denomina la “transformation of an object into language” (2006: 99).³ Lógicamente, con la aparición del posestructuralismo y la segunda

1 Una versión en inglés de este artículo se publicó en 2012 con el título “Men in Black: Fashioning Masculinity in Nineteenth-Century Spain” en *Letras Hispánicas* (vol. 8, 2, 2012). Les agradezco a Olga Usoz Chaparro y a Manuel Delgado su ayuda con la traducción al español.

2 El uso que hago del término “moda” incluye, entre otras, las definiciones de estudios previos sobre la vestimenta, en los que el término hace referencia a la aceptación colectiva de nuevos estilos por parte de los consumidores (Kawamura 2005; Reilley/Cosbey 2008: XV; Sproles 1979), a un estilo popular en un determinado momento (Horn/Gurel 1981; Kefgen/Touchie-Specht 1986) y a un código específico en el vestir (Entwistle 2000: 47-49).

3 Para obtener mayor información sobre la función comunicativa de la moda, véase Barnard 2002; Damhorst 1999; Díaz Marcos 2006: 47-50; Harvey 2008, especialmente

ola del feminismo, el género se ha ido convirtiendo en el hilo conductor de los expertos en moda, dado que investigan el papel de la ropa, a la hora de representar una identidad, tanto a nivel individual como colectivo (Crane 2000; Hollander 1994; Jones 2004; Eicher 2001). A pesar de que, a lo largo de los años, el estudio de la moda y la vestimenta se haya centrado principalmente en las mujeres, la investigación reciente ha abordado la relación entre la indumentaria y la representación de la masculinidad (Breward 1999; Byrde 1992: 88-109; Edwards 2006: 99-115; Harvey 1995 y 2008; Kuchta 2002; Nixon 1996; Zakin 2003).

Este giro hacia un análisis de la moda más centrado en el género ha tenido como resultado un fructífero abanico de investigaciones en el campo de los estudios hispánicos del siglo XIX, como puede observarse en un sinfín de publicaciones que destacan la contribución del discurso de la moda y los hábitos en el vestir a la construcción de la femineidad, sobre todo en relación con las representaciones literarias del ideal femenino conocido como el ángel del hogar.⁴ Por el contrario, el papel del discurso de la moda en la creación de la masculinidad ha pasado prácticamente inadvertido. Esto no quiere decir que los historiadores no hayan documentado la evolución de la moda masculina.⁵ Se han realizado algunos esfuerzos a la hora de realizar un seguimiento de los diferentes estilos. Sin embargo, esta han tendido a ser más descriptivos que interpretativos y a no centrarse demasiado en sacar conclusiones acerca de la forma en que las tendencias de la moda reflejan los ideales de masculinidad.⁶ Una importante excepción

el capítulo 3; Hollander 1994: 24-29; Lurie 1981; Stone 1999; Svendsen 2006, en particular el capítulo 4.

4 Véase, por ejemplo, los siguientes estudios: Aldaraca 1991; Anderson 2012; Bacon 2007: 22-53; Davis 2004; Díaz Marcos 2006; Jagoe 1994; Labanyi 2000; Sinclair 2011.

5 De hecho, hasta hace muy poco, la masculinidad española había sido ignorada en general, posiblemente porque se supone que el polo masculino del sistema de sexo-género constituye una posición de fácil predeterminación, en contra de la cual se mide la femineidad. La limitación que supone dicho punto de vista es que, aparte de prestar poca atención a un área de conocimiento potencialmente rica, al hacerlo, menoscaba a los líderes religiosos, las críticas sociales, los doctores y los literatos, cuyos debates y descripciones de masculinidad no son nada sencillos. Afortunadamente, en la actualidad el tema parece estar cobrando valor, sobre todo en el terreno de los estudios literarios, como queda demostrado por el escaso pero creciente corpus de estudio. Véase, por ejemplo, el estudio académico de Copeland 2007; Erwin 2012; Harpring 2008; Iarocci 2003; McKinney 2010: 95-108 y 136-57; y Tsuchiya 2011: 112-35.

6 En su amplia reseña de las tendencias de la moda de la España Romántica, Pablo Pena González comenta que “Desde el Romanticismo la moda será cosa de mujeres” (Pena González 2008: 28), una postura que queda reflejada en la composición de su libro,

a este planteamiento crítico son los escritos acerca de la figura del dandi.⁷ Sugiero, sin embargo, que dichos estudios, aunque resulten de valor para el análisis de la moda para hombres y la masculinidad, siguen siendo incompletos, dado que tratan de identificar al dandi como un sujeto aislado. Teniendo en cuenta que la masculinidad se encuentra estratificada y es siempre relacional, debemos documentar primero el modelo hegemónico, aunque solo sea como punto de partida para un análisis de los modelos de masculinidad española más subversivos.

Mediante el análisis de varios ejemplos del discurso sobre la moda, el siguiente estudio proporcionará una imagen más clara del motivo por el que el traje negro se convirtió en la prenda preferida de los hombres españoles durante la segunda mitad del siglo XIX. Dada la especificidad histórica del género, describiré la forma en que los avances del entorno social de la época dieron lugar a una hipersensibilidad con respecto a la apariencia. Por un lado, para una clase media en alza el ser observada en los estilos más elegantes proporcionaba una sencilla forma de adquirir distinción social. Por otra parte, el discurso de la moda, influenciado por un sistema social en el que el sujeto que contempla —es decir, que controla la mirada— ocupa una posición de poder (masculino), mientras que el objeto contemplado se sitúa en una posición inferior (femenina), desalentó a los hombres a vestir de una forma llamativa, lo que queda reflejado en el omnipresente traje negro, el cual se convirtió en el símbolo visual de la masculinidad hegemónica del siglo XIX.

Hoy en día el género se reconoce como una identidad construida y no como una mera realidad biológica, monolítica y coherente. Es cierto que la biología nos hace diferentes, pero los campos discursivos dotan de significado a estas diferencias. Cada cultura dispone de una forma única de conceptualizar la forma en la que debería ser el mundo y presenta dicho concepto como la verdad, lo que también se cumple para las ideas de

en el que dedica prácticamente ochenta páginas a los estilos femeninos (dos capítulos) y sólo dieciséis a los masculinos (un capítulo). A pesar de su breve mención de la importancia del traje negro, su comentario se limita a un resumen de la tesis de Flügel (Pena González 2008: 29-31) y, aunque no pueda culpársele por ello, el análisis de Pena González carece además de material de referencia original, dado que casi la totalidad de las ilustraciones que aparecen en el apartado de la moda masculina provienen de publicaciones francesas y, a pesar de que se deba a la falta de publicaciones españolas acerca de la moda masculina, proporciona una imagen errónea de las tendencias de la moda masculina, las cuales, por entonces, imitaban más los estilos ingleses que los franceses.

7 Ortiz 1991; Pena González 2002; Reyero 1996: 253-57.

género. En sus comentarios acerca de la variabilidad histórica del conocimiento, Michel Foucault explica que “[T]here are different truths and different ways of speaking the truth” (Foucault 1988: 51). Estos “régimenes de verdad”, como los denomina, se crean mediante el discurso. Foucault no hace uso del término discurso en su acepción más común de charla o sermón, sino más bien, como un conjunto de enunciados y prácticas que construyen el conocimiento o las “verdades” de un determinado período:

Each society has its régime of truth, its “general politics” of truth: that is, the types of discourse which it accepts and makes function as true; the mechanisms and instances which enable one to distinguish true and false statements, the means by which value in the acquisition of truth; the status of those who are charged with saying what counts as true (Foucault 1980: 131).

Los discursos, y las identidades creadas por estos, cobran importancia o se debilitan en función del contexto específico de un período. Por lo general, la evolución de las tendencias discursivas corresponde a los cambios producidos en la ideología dominante de una determinada sociedad, pero, del mismo modo que no podemos reducir el discurso a ninguna agenda social o política, debería admitirse que, debido a su función como lugar clave de poder, el discurso nunca resulta neutro desde un punto de vista ideológico. “[T]ruth isn’t outside power, or lacking in power” porque, explica Foucault: “[t]ruth is a thing of this world: it is produced only by virtue of multiple forms of constraint. And it induces regular effects of power” (Foucault 1980: 131). Como sugiere la cita anterior, la verdad no proviene de una única fuente, sino de “multiple forms of constraint”, es decir, de la superposición, la interacción e unificación poco definida de varios discursos, un sistema de dispersión conocido como campo discursivo.

Las teorías de Foucault han sido apropiadas con muy buenos resultados por los teóricos de género, quienes argumentan que la masculinidad y la femineidad se construyen socialmente, son propias de cada cultura, y constituyen identidades fluidas, más que naturales, universales y estáticas. A medida que varios discursos (por ejemplo, el médico, el religioso y el discurso sobre la moda) se unen en torno a asuntos de género, forman un nuevo campo discursivo del que surgen modelos de masculinidad y femineidad específicos de cada cultura. A continuación los individuos comienzan, de forma inconsciente a moldear su apariencia, comportamiento y pensamiento en función de los mismos. “Gender is the repeated stylization of the body”, explica Butler, haciendo referencia a la manifestación física

del discurso de género (por ejemplo, gestos, vestimenta y acicalamiento) que hacen visible la masculinidad y femineidad y les otorgan la “appearance of substance” (Butler 1992: 33). Dentro del metafórico armario de géneros el orden social establecido solo permite un número limitado de indumentarias, y una transgresión a la hora de elegir la prenda apropiada puede llevar a la marginación.

Dado que los discursos se interconectan en diferentes configuraciones con el paso del tiempo, la identidad de los géneros se quiebra y se transforma de forma inevitable. Connell y Kimmel, entre otros, han argumentado con gran acierto que los antiguos conceptos de virilidad (los cuales se basaban en la idea de que los hombres eran criaturas unidimensionales y carentes de emociones que se pasaban la vida gimiendo y gruñendo) eran inapropiados, ya que no tenían en cuenta las variaciones creadas por la cultura. Hablar de masculinidad, incluso de algo tan específico como la española, equivale a simplificar demasiado la situación. La interacción existente entre el género, la raza y la clase social implica que debemos aceptar la pluralidad de la identidad masculina. Tanto la masculinidad blanca como la negra, la masculinidad de la clase trabajadora y la de la clase media, la heterosexual y la homosexual, y hasta las masculinidades de los hombres y las mujeres.⁸

¿De qué forma, entonces, organizamos ese gran número de modelos para que sea relevante? En su estudio capital *Masculinities*, R.W. Connell sugiere que la manera más eficaz de entender la diversidad de género es mediante un enfoque relacional, que ponga de manifiesto los “patterns of masculinity” dentro de un determinado contexto sociocultural (Connell 1995: 37). A pesar de que en cualquier contexto pueda existir una amplia variedad de modelos de masculinidad, podemos dividirlos en dos categorías básicas, la masculinidad hegemónica y la subordinada (Connell 1995: 76-81). La primera corresponde a un ideal normativo de conducta masculina, desde un punto de vista cultural. No se trata de algo estático y ni siquiera constituye la forma más común de masculinidad, sino que, por el contrario, representa un determinado patrón de masculinidad que es exaltado culturalmente. La masculinidad hegemónica no consiste en una realidad, sino en una fantasía. Incluye las características y conductas consideradas como ideales por parte de una determinada sociedad en un

8 Véase, por ejemplo, *Female Masculinity* (1998) de Judith Halberstam para un análisis de la masculinidad femenina.

determinado momento. Se ve vulnerable a los desafíos de los modelos de masculinidad subordinados y marginados, y se reconstituye siempre que surgen nuevas situaciones. En otras palabras, la masculinidad hegemónica no constituye un tipo de hombre determinado, sino más bien, la forma en que los individuos se posicionan con respecto a los demás mediante prácticas discursivas.

La vestimenta es fundamental para la construcción del género ya que transforma los cuerpos masculinos y femeninos en hombres. No obstante, la ropa comunica mucho más que el género del individuo que se la pone. Como uno de los indicadores de identidad más visibles, las prendas de vestir dicen quiénes somos (o, al menos, quiénes querríamos ser). El hecho de que la forma de vestir tenga un significado no es nada nuevo, aunque en el siglo XIX este concepto gozaba de una especial importancia como consecuencia de varios cambios sociales y nuevas formas de entender los roles de género. La popular y profunda convicción de que la ropa tiene la capacidad de revelar el verdadero carácter de una persona, mediante la conversión de las apariencias en textos legibles, se basa en el principio de confiabilidad fisionómica. Popularizada por Aristóteles en su obra *Physiognomica*, la fisionomía es el arte de descubrir el interior de una persona mediante la lectura de su apariencia externa. Inicialmente, el análisis de la fisionomía se desarrolló a partir de la comparación entre animales y seres humanos. “The resemblance of forms supposes a resemblance of characters”, afirmó Giambattista della Porta en su tratado de 1586 *De humana physiognomonia* (citado en Lavater 1797: 2.99). De este modo, un hombre con la papada caída y la nariz respingona, como la de un cerdo, era tachado de descuidado y glotón y, de forma similar, un hombre barbudo y con una abundante melena rubia era comparado con un león, valiente y fuerte.

A medida que la popularidad de dicha teoría aumentaba o disminuía con el paso de los siglos, el campo de la fisionomía fue evolucionando y propagándose de tal forma que, a finales del siglo XVIII, cuando el teólogo suizo Johann Casper Lavater publicó su trascendental obra *Physiognomische Fragmente*, cada uno de los elementos que conforman la apariencia de un individuo, desde el ángulo de su nariz al calzado utilizado, era considerado como un mapa virtual del alma:

I comprehend under the term Physiognomy all the external signs which, in man, directly force themselves on the observer; every feature, every outline, every modification, active or passive; every attitude and position of the human body; in short, every thing that immediately contributes to the knowl-

edge of man, whether active or passive – every thing that shows him as he really appears (Lavater 1797: 1.11).

Gracias a la publicación de *Physiognomische Fragmente*, Lavater captó la atención de la Europa moderna y durante la primera mitad del siglo XIX su nombre aparecía con regularidad tanto en revistas científicas como en periódicos populares. De acuerdo con el historiador John Graham, la obra de Lavater “was reprinted, abridged, summarized, pirated, parodied, imitated, and reviewed so often that it is difficult to imagine how a literate person of the time could have failed to have some general knowledge of the man and his theories” (Graham 1986: 62). La fisonomía se convirtió en un fenómeno cultural y la creencia de que la apariencia externa de cada individuo reflejaba con exactitud su interior fue aceptada como un hecho.

Este fue sin duda el caso de España, donde los principios de la fisonomía fueron difundidos, tanto por publicaciones científicas como por populares. En agosto de 1836 el *Semanario Pintoresco Español* publicó un análisis del rostro en el que se cita a Lavater al hacer la siguiente declaración: “Tal nariz, tal frente, tal alma” (Anónimo 1836: 163). En 1842, Antonio Rotondo publicó *La fisonomía, o sea El arte de conocer a sus semejantes por las formas exteriores; extractado de las mejores obras de Lavater*. En 1849, Mariano Cubí i Soler publicó un análisis que alcanzó una enorme popularidad, *Elementos de frenología, fisonomía y magnetismo humano*. La comerciabilidad de tales obras mostró pocos indicios de verse reducida durante la segunda mitad del siglo, dado que los editores continuaron publicando estudios fisonómicos. La obra de Mariano Aguirre de Venero *Primer sistema del lenguaje universal, fisiognomónico de los ojos: Nuevo arte de conocer a los hombres* fue publicada en 1865, y en 1883 *Madrid Cómic* publicó un artículo titulado “En la cara”, en el que se planteaba a los lectores el siguiente interrogante: “¿Queréis conocer al hombre? Miradle la cara [...] no hay individuo que pueda sustraerse al influjo que las pasiones ejercen en nuestra fisonomía” (Matoses 1883a: 3). Dada la cantidad y frecuencia de publicaciones que tratan de la fisonomía, podemos afirmar que la mayoría de los españoles alfabetizados conocían muy bien la práctica de interpretar las apariencias.

Existía la creencia de que la vestimenta, como extensión del cuerpo, ofrecía una forma adicional de medir el interior de una persona. Honoré de Balzac, quien, en su *Traité de la vie élégante*, fusionó moda y fisonomía, a lo que acuñó con el término de “vestignonimia”, afirmó que la vestimen-

ta convertía a todos los hombres en jeroglíficos (Balzac 2010: 67), algo con lo que coincidían los escritores españoles. “La vestidura”, comenta Benito Pérez Galdós en un discurso para la Real Academia Española, “diseña los últimos trazos externos de la personalidad” (Pérez Galdós 1972: 176). Marí del Pilar Sinués de Marco, una escritora prolífica en temas de conducta, repitió las ideas de Pérez Galdós y Balzac en “El arte de vestir”: “El traje, la elección de éste y de los accesorios que le completan, no es otra cosa que la profesión de fe de nuestros gustos, de nuestros sentimientos y de tendencias particulares” (citado en Díaz Marcos 2006: 168). Kasabal, pseudónimo de José Gutiérrez Abascal, otro conocido autor de artículos relacionados con la moda, observa además que “[N]o es esto de la indumentaria cosa tan insignificante como a primera vista parece; pues el traje da idea de los gustos, de la cultura y de la educación del que lo lleva” (Kasabal 1893: 1). De forma similar, en un artículo de 1891, de la publicación madrileña *La Edad Dichosa*, el autor describe el valor simbólico de la vestimenta: “[la vestidura] expresa al mismo tiempo el carácter y aficiones de su poseedor” (Pino 1891: 474).

No es una mera casualidad que dicho interés en el poder comunicativo de la vestimenta y la persistente fe en la clasificación fisiognómica coincidiera con el surgimiento de la clase media. A medida que el poder político y financiero de la época fue pasando gradualmente de la nobleza a la burguesía, las antiguas divisiones sociales se hicieron más permeables para los que disponían de medios económicos y, como resultado, se intensificó la idea de que la vestidura tenía la capacidad de construir un determinado tipo de identidad. “In the society of the spectacle the gaze of the Other is all-important”, explica Stephanie Sieburth en su análisis acerca de la cultura de masas de la España moderna (Sieburth 1994: 37). “Since wealth now counts as much as title”, observa, “and since wealth is a recent phenomenon, even for many of the upper bourgeoisie, the sense of having no identity other than one’s representation in public is acute” (Sieburth 1994: 37). Esta preocupación por la imagen pública solo sirvió para reforzar la fe de las personas en el papel comunicativo de la vestimenta.

Escritores como Benito Pérez Galdós eran muy conscientes de que la vestidura gozaba de la doble capacidad de representar la realidad o falsearla. Por un lado, la ropa ofrece la posibilidad de reconocer y distinguir a los individuos en un mar de rostros desconocidos. Por otro, su capacidad para falsear resulta atractiva para quienes, insatisfechos de su situación actual, pretenden transgredir las barreras sociales, intentando aparentar lo que no

son.⁹ Mediante la adquisición y exhibición de símbolos lujosos los aspirantes a la alta sociedad trataban de reclamar un estatus elevado que se limitaba a la apariencia. Esta tendencia no pasó inadvertida por los autores de la época, quienes criticaban a aquellos que trataban de ocultar su pobreza con lujosos tejidos. En *La desheredada*, Pérez Galdós incluye una descripción de los impostores sociales que desfilaban por el Paseo de la Castellana y competían por llamar la atención:

Como cada cual tiene ganas rabiosas de alcanzar una posición superior, principia por aparentarla. Las improvisaciones estimulan el apetito. Lo que no se tiene se pide, y no hay un solo número uno que no quiere elevarse a la categoría de dos. El dos se quiere hacer pasar por tres; el tres hace creer que es cuatro; el cuatro dice: ‘Si yo soy cinco’, y así sucesivamente (Pérez Galdós 2000: 137).¹⁰

Así que la indumentaria se vio reducida a un juego entre imitadores, y autores como Larra, Pérez Galdós, Mesonero Romanos y Pardo Bazán lamentaban que distinguir una clase de otra resultara cada vez más difícil (Bernis 1988: 457; Díaz Marcos 2006: 158-67).

Estas dudas no mermaron en modo alguno la importancia dada a la forma de vestir en su condición de indicador social. Esto se debe al hecho de que el papel de la vestimenta, a la hora de señalar las barreras sociales, cuenta con una larga e incluso sistematizada historia en España (Álva-

9 La importancia simbólica de los objetos no se limitaba a la indumentaria. Eva Cope-land explica cómo los aspirantes de la época usaban objetos domésticos para establecer su rango social (2007: 118-19).

10 La clase de imitación social descrita por Pérez Galdós encuentra su máxima expresión en el estudio clásico de la prosperidad moderna de Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, publicado en 1899. En el análisis del “consumo conspicuo” Veblen comenta la forma en la que los farsantes sociales imitan la conducta y tendencias de la moda del nivel social que se encuentra en el nivel inmediatamente superior de la jerarquía: “In modern civilized communities the lines of demarcation between social classes have grown vague and transient, and wherever this happens the norm of reputability imposed by the upper class extends its coercive influence with but slight hindrance down through the social structure to the lowest strata. The result is that the members of each stratum accept as their ideal of decency the scheme of life in vogue in the next higher stratum, and bend their energies to live up to that ideal” (Veblen 1973: 70). La insistencia en la importancia de las apariencias, así como su empleo frecuente del adjetivo “conspicuo” para describir los hábitos monetarios de los miembros de la clase ociosa (y de los que tenían la esperanza de unirse a sus filas) resalta la dimensión visual de la movilidad social, así como el papel de la moda, a la hora de iniciar ese proceso de hegemonía. Para obtener más información acerca de la imitación del buen vestir y sus claves sociales, véase también Georg Simmel (1997, especialmente el capítulo 5) y Herbert Spencer (2004).

rez-Ossorio Alvariño 1998-99; Sempere y Guarinos 1788). El objeto de la aplicación de las leyes suntuarias fue el de consolidar y reforzar la jerarquía formal de clases y estatus en la España medieval “producing an effect of order while coping with constant changes in fashion” (Martínez Bermejo 1990: 97). Mediante el control del consumo, el rango social se convirtió en algo reconocible de forma instantánea y una mirada al atuendo de una persona bastaba para conocer su situación. Las estrictas normas aplicadas a los tipos de hilo, la posición de las costuras, los colores de los tejidos o el tipo de joyería que se empleaba resultaban útiles a la hora de reconocer, identificar y conocer a los que habitaban el atestado el mundo de gente desconocida de la moderna ciudad europea (Mather 1694: 71).

En España, las leyes suntuarias atravesaron un proceso de relajación gradual tras el año 1600, registrándose la última legislación suntuaria a finales del siglo XVIII (Álvarez-Ossorio Alvariño 1998-99: 278; Hunt 1996: 33). A pesar del hecho de que las leyes suntuarias tuvieran cada vez menos valor, a medida que el entorno urbano se iba poblando y las divisiones sociales cobraban permeabilidad, los principios de las leyes suntuarias (es decir, el deseo de una clasificación social basada en la apariencia) prevalecieron hasta bien entrado el siglo XIX.

Entre el ostentoso consumo de la nueva burguesía y la extendida fascinación por la fisonomía, la importancia dada a las apariencias cobró más fuerza que nunca. En esta atmósfera de observar y ser observado cabría esperar que la vestimenta se convirtiera en algo más estilizado y ornamentado, y que las tendencias cambiaran con mayor rapidez, a medida que los escaladores sociales competían entre sí. Dichas conjeturas sólo se cumplirían a medias. Es innegable que existiera una obsesión por la moda, pero considerablemente unilateral.

El discurso de la moda del siglo XIX muestra una clara división en función del género. Las publicaciones y revistas de moda eran numerosas, pero todas ellas iban dirigidas a mujeres.¹¹ En ciertas ocasiones los manuales de conducta incluían algunos consejos para hombres, aunque los lectores tenían que estar bien atentos dado que sólo se trataba de un par de frases bien escondidas en una sección más amplia de moda femenina. Reinaba la sensación de que la moda era un interés exclusivamente femenino. Si en

11 Todas las revistas de moda que se incluyen en el manual informatizado de las publicaciones madrileñas de los siglos XVIII y XIX de Alison Sinclair (hasta 1870) figuran bajo el epígrafe de “Women’s Papers” (Sinclair 1984: 438-39).

siglos anteriores los elegantes tejidos habían distinguido a aristócratas de plebeyos, en el siglo XIX lo hacían con hombres y mujeres.

Este no fue necesariamente el caso del siglo XVIII bajo el mandato de los Borbones. Durante gran parte de esa época, los estilos de ambos sexos avanzaron en paralelo, puede que diferentes en cuanto al grado, pero no en su esencia. La casaca, un abrigo masculino a la altura de la rodilla importado de Francia, era estilísticamente similar a un vestido de mujer. De forma parecida, dicha prenda y los vestidos de mujer eran confeccionados con los mismos y coloridos tejidos de seda. Fue con el cambio de siglo cuando la moda masculina y femenina empezó a diferenciarse de una forma notable, momento en que la forma femenina se ensancha y la masculina se ajusta. Los vestidos de mujer conservan o aumentan su vivacidad, mientras que los trajes masculinos van perdiendo color hasta convertirse mayoritariamente en prendas grises y negras. Mientras la moda femenina cobra importancia con el paso del tiempo, la masculina se hace invisible.

El retrato de estos períodos ilustra hasta qué punto los estilos masculinos y femeninos se diferenciaron en el transcurso de un siglo.¹² Los retratos realizados por Jean Ranc de Felipe V (1723) y su esposa, Isabel de Farnesio (1723), representan una pareja con algo más en común que su rango. La casaca azul de Felipe tiene un corpiño entallado y un faldón con vuelo, similar al vestido rojo de Isabel. La armadura del monarca, un peto oscuro, apenas puede apreciarse bajo una voluminosa banda roja alrededor de la cintura y otra azul a lo largo del pecho, similar a la banda del mismo color que sujeta el cabello de la reina. Ambas prendas se encuentran adornadas con bordados de oro y encaje blanco. Sus pelucas empolvadas los asemejan aún más.

Los estilos franceses continuaron dominando la sociedad española hasta finales de siglo, sobre todo en el caso de la aristocracia. En los cuadros de la familia real de Goya del año 1800 se sigue observando una notable semejanza entre los colores y materiales utilizados para confeccionar prendas masculinas y femeninas, si bien se comienzan a apreciar ciertas diferencias con respecto a estilos anteriores, ya que el traje de tres piezas, con su levita más corta, sustituye a la casaca.

12 Algunos ejemplos de las prendas que se conservan en la colección del Museo del Traje de Madrid resultan también de utilidad a la hora de observar la evolución de la moda entre el siglo XVIII y XIX. No obstante, debe tenerse en cuenta que, en ambos casos, dichos ejemplos reflejan la moda de las clases altas, algo del todo adecuado, dado que el presente análisis se centra en los ideales de género creados por las clases dominantes.

Dos retratos de Raimundo de Madrazo y Garreta, de los hermanos Manuela y Ramón de Errazu (1875, 1879), muestran una imagen muy diferente de la indumentaria particular de cada género en la segunda mitad del siglo XIX. Manuela de Errazu aparece con un traje con mucho cuerpo, compuesto por un corpiño azul marino de seda, que cae por encima de un gran polisión, adornado con encaje blanco y una falda de color rosa intenso. Varias filas de volantes y una voluminosa cola dan prueba de la cantidad de metros de tela empleados para confeccionar una prenda tan suntuosa. Su hermano Ramón luce un estilo más modesto, dado que su conjunto carece del volumen y vistosidad de la prenda de Manuela. Se trata de una camisa, chaleco y corbata blancos, prácticamente cubiertos por una levita negra. Estos se combinan con pantalones grises y zapatos negros. Mientras el lujoso aspecto de Manuela muestra un elevado standing social, la modestia de la vestimenta de Ramón no revela nada.

Incluso antes de la realización de los retratos de Errazu los españoles habían dejado atrás los refinados estilos franceses del siglo anterior en pro de un atuendo más modesto: “Al comenzar el siglo se había producido una verdadera revolución en el traje de hombre [...] A Inglaterra se le debe la idea del traje confortable y práctico, la sustitución de las bordadas casacas de seda y terciopelo por prendas de paño más austeras” (Bernis 1988: 458). Al poner los ojos en Londres en vez de París los españoles optaron por una estética más sobria. Los primeros cambios de la moda para hombres se observaron en los estilos y tejidos, quedando atrás las pelucas empolvadas, las medias y los calzones de seda, para ser sustituidos por pantalones largos de lana y chaquetas oscuras, como el frac y la levita, los cuales cubrían un chaleco oscuro y camisa blanca. La chistera o el sombrero de copa constituían la opción preferida de la mayoría de los hombres. A medida que las décadas fueron pasando no se produjeron grandes cambios. Las formas se relajaron, ya que los pantalones y las chaquetas pasaron a ser menos ceñidos. Apareció la americana y la capa dio paso al gabán. Pero el cambio más significativo fue tan radical como universal: la variedad de colores de las prendas masculinas fue reduciéndose hasta limitarse a los colores de la ciudad —gris, marrón oscuro y negro—. En una obra satírica de Pérez Galdós, el autor expone la siguiente crítica: “[los hombres] hemos proscrito el color, adoptando el negro o los antipáticos tonos de cenizas y los grises y asfaltos más feos que es posible imaginar” (Pérez Galdós 1923: 233). Haciendo evidente su escaso gusto por este estilo acromático, Pérez Galdós observa que los hombres parecen demasiado preocupados por aparentar

“una seriedad estúpida”, dejando a las mujeres una gama de colores juvenil y vibrante en sus vestidos (1923: 233).

La desaprobación de Pérez Galdós no era la norma común. En la mayoría de las crónicas de sociedad se describía el traje oscuro como la opción masculina más adecuada. En la enormemente conocida obra de Mariano de Rementería y Fica, *Nuevo manual de urbanidad, cortesanía, decoro y etiqueta, o el hombre fino*, el autor insta a los hombres a “escoger colores oscuros y seguir la moda de lejos [...] y no tener otro fin que el aseo y la comodidad” (Rementería y Fica 1850: 31). A diferencia de su consejo para los hombres, según el cual estos tenían que buscar comodidad en el vestir, Rementería y Fica afirma que el estilo femenino “está más destinado a adornar que a vestir” (1850: 27). Tal consejo resulta tan aburrido como familiar. En un artículo del periódico *Nuevo Mundo*, titulado “La elegancia masculina”, Kasabal recomienda algo similar: “[E]s condición indispensable [de la indumentaria masculina] la sencillez, el alejamiento de todo lo que sea chillón y llamativo [...] La elegancia masculina se ha de distinguir siempre por un sello de severidad, por el predominio de aquello que parece de menos ostentación” (Kasabal 1897: 4). Los mensajes que transmiten estos expertos en conducta social no podían ser más claros; las mujeres deben exhibirse, mientras que los hombres deben pasar inadvertidos. Cada uno de estos escritos muestran un rechazo hacia el tema de la moda masculina y hacen hincapié en que esos asuntos son apropiados para las mujeres pero impropios de los hombres.

Blanca Valmont, una conocida experta en moda y colaboradora en la publicación *La Última Moda*, repite las palabras de Kasabal y Rementería y Fica afirmando que el armario de un hombre debería distinguirse por una “sobria sencillez” y que “Todo hombre serio debe huir de dar golpe, como vulgarmente se dice, por su manera de vestir” (Valmont 1900: 2). Le recomienda al hombre no imitar al “afeminado gomoso”, ya que, gracias a su apego incondicional por las tendencias de la moda, se convierte en “el hazme reír de los hombres y no hay mujer que le tome en serio” (Valmont 1900: 2). Influenciada por el concepto de las diferencias esenciales, que justificaba los roles de género como resultado de la biología, Valmont describe como algo natural el distinto papel de la moda en las vidas de hombres y mujeres:

Con los incesantes cambios del traje femenino contrastan las lentas y poco importantes variaciones de la indumentaria del sexo fuerte. Pero no se entien-

da que esto significa una protesta contra nuestra inconstancia, o un ejemplo que pretenden darnos los caballeros. Significa en todo caso que los admiradores de las elegancias femeniles renuncian a competir con ellas y tratan como así debe ser de adquirir notoriedad por otras cualidades (Valmont 1900: 2).

Valmont destaca la reticencia por parte de los hombres a competir por llamar la atención, prefiriendo renunciar a la moda como forma de definirse a sí mismos. Este concepto sentaría las bases de la explicación más importante hasta la fecha de la popularidad del traje negro, la teoría de renuncia masculina de Flügel, que se describe a continuación.

Esta aparente renuncia a la moda por parte de los hombres resulta sorprendente si se tiene en cuenta la importancia de las apariencias a la hora de determinar el estatus social. Al ser de fácil acceso e interpretación, se puede decir que la vestimenta constituía la forma más extendida de establecer una distinción social en el siglo XIX. Gracias a la considerable riqueza de la clase media y la abolición de las leyes suntuarias en España, las posibilidades en el vestir masculino parecían ilimitadas. Sin embargo, teniendo presente el punto de vista del discurso de género del período, resulta evidente que cualquier prenda que no sea un traje negro se habría considerado poco varonil. ¿De qué forma podemos interpretar entonces el hecho de que los hombres sintieran rechazo hacia la moda, a pesar del importante papel que la vestimenta representaba a la hora de establecer un rango en una sociedad en la que todos competían por alcanzar una posición?

Una de las explicaciones más convincentes surgió del campo del psicoanálisis. En “The Great Masculine Renunciation and Its Causes” (1930), J.C. Flügel rechaza la idea de que la repentina transformación de los vistosos estilos de la corte francesa a la sobriedad de los banqueros ingleses se tratara estrictamente de una declaración política —es decir, una consecuencia de la revuelta social de la Revolución Francesa—, e insiste en que la democratización de la moda masculina gozó de una naturaleza psicosexual. El autor afirma que los hombres no desean ser el objeto erótico de mirada alguna y que, mediante el rechazo de los estilos llamativos en pro de un negro anodino, pueden evitar convertirse en objetos de deseo. Por el contrario, se espera de las mujeres que desempeñen este papel con sus elegantes atuendos y complementos. El argumento de Flügel tiene su lógica pero no está exento de errores. Por ejemplo, se fundamenta en estereotipos y en varias ideas erróneas acerca de la naturaleza de hombres y mujeres que tipificaron el discurso de género del siglo XIX y principios del XX. El autor

sugiere que los hombres juegan un papel en la vida social más importante que el de las mujeres y da por sentada la validez de la división entre lo público y lo privado (Flügel 2004: 106). Flügel afirma que, de manera intrínseca, las mujeres son más narcisistas que los hombres (Flügel 2004: 107), y mantiene que el sexo masculino dispone de una conciencia más rígida y sería que la de las mujeres, cuyo carácter sentimental despierta enseguida envidias y rencores cuando se topan con otras que visten más elegantes que ellas (Flügel 2004: 105). Es obvio que Flügel defendía la idea de las diferencias esenciales que dieron forma a las normas de género del siglo XIX.¹³

A pesar de que tal sesgo no puede pasarse por alto, merece la pena tener en cuenta la tesis elemental de Flügel, según la cual los hombres intentan pasar inadvertidos mediante un estilo discreto. Este punto de vista coincide con la opinión de numerosos teóricos sobre género, quienes afirman que el acto de observar y el privilegio masculino se encuentran conectados entre sí. De acuerdo con Luce Irigaray, “investment in the look is not as privileged in women as it is in men” (Irigaray 1978: 50). La autora explica que esta masculinización del acto de observar es debida a la conexión entre conocimiento, poder y observación: “More than any other sense, the eye objectifies and it masters” (Irigaray 1978: 50). Si el sujeto que contempla ocupa una posición de poder (masculina) y el objeto a contemplar una posición inferior (femenina), para un hombre, ser el blanco de la mirada de la mujer equivaldría a la emasculación. Vistiendo sobrios trajes negros, los hombres trataban de escapar de las miradas, diciendo: “Don’t see me! I efface myself” (Harvey 1995: 13).

Los hombres seguían contando con la posibilidad de lograr un determinado estatus, pero habían de hacerlo de forma indirecta, comprando hermosos atuendos a sus esposas. Thorstein Veblen sugiere que la apariencia de una mujer llegó a simbolizar la condición económica de su hogar (Veblen 1973: 118-31). El razonamiento era que, cuanto más extravagante e incómodo fuera el vestido de la mujer, más apartada estaría del mundo laboral. Dicho de otro modo, cuando una familia se adentra en la clase ociosa hace un menor uso de ropa funcional (sobre todo las mujeres). De ahí que

13 Los comentarios de Flügel recuerdan a las palabras del célebre médico español Pedro Felipe Monlau, quien en 1853 describió las diferencias anatómicas y psicológicas entre hombres y mujeres: “La mujer está dotada de una sensibilidad mayor; sus sentidos son más delicados y finos. Predominan en la mujer las facultades afectivas, así como en el hombre las intelectuales” (Flügel 2004: 112). La idea de que las diferencias entre hombres y mujeres eran resultado de realidades biológicas fijas servía para explicarlo todo, desde el concepto de las esferas separadas a la feminización de la religión.

la reputación de un hombre dependiera más de la vestimenta de su esposa que de la suya propia. En *La de Bringas*, de la que podemos decir que es una de las novelas galdosianas que más trata sobre moda, Rosalía parece aludir a su rol, tanto como símbolo de la posición económica de la familia como de la reputación de su esposo, Francisco, cuando explica el motivo por el que le gusta vestir bien: “Si se tratara de mí sola, me importaría poco. Pero es por él, por él [...] para que no digan que me visto de tarasca” (Pérez Galdós 2001: 173). El hecho de que la reputación de su esposo dependiera más de su apariencia que de la de él va en consonancia con la feminización de la moda que tuvo lugar en la sociedad española del siglo xix.

De acuerdo con la descripción de Connell (1995: 37-38), el posicionamiento de la masculinidad hegemónica con respecto a modelos subordinados se observa claramente en el discurso de la moda en España. El hombre que rehuía de la moda con el propósito de evitar miradas disponía de un modelo contra el que basar su armario y conducta. En el siglo xvii los llamaban lindos, en el dieciocho, petimetres o currutacos y, en el diecinueve, los hombres que mostraban demasiado interés por la moda eran denominados gomosos o elegantes.

El elegante prestaba poca atención a los manuales de conducta que exigían renunciar a los estilos llamativos y, por el contrario, disfrutaba de atraer la mirada de los demás. A diferencia de los que vestían con un traje poco vistoso, el elegante hacía uso de prendas coloridas, ajustadas y modernas. En octubre de 1883 el *Madrid Cómico* ofrece la siguiente descripción del elegante:

Y más que vanagloria, hay quien convierte en carrera civil el arte de vestirse. Ustedes verán por esos teatros y por esos cafés sujetos planchados, almidonados, estirados, de quienes no se sabe otra virtud que la de llevar bien el traje.

—¿Qué es ése?

—Nada.

—¿Trabaja?

—No.

—¿Es artista, escritor, propietario? [...]

—Ni empleado siquiera.

—Pues ¿qué hace?

—Mire V.: por las mañanas se viste, por las noches se desnuda, y al día siguiente hace la misma operación (Matoses 1883b: 3).

La negativa del elegante a ajustarse al modelo hegemónico de una masculinidad discreta tuvo como resultado un escarnio similar por parte de los autores costumbristas, quienes ponían en entredicho su virilidad. En la muy conocida obra *Los españoles pintados por sí mismos*, Ramón de Navarrete presenta una imagen humorística del elegante, en la que lo describe como alguien más superficial que viril:

Yo tengo para mí que el Elegante desciende por línea recta, de aquel Narciso famoso que cuentan se pasaba las horas muertas contemplándose en la límpida corriente de los ríos [...] Lo primero que hace el *hombre de buen tono*, (que también por esta castiza metáfora se le conoce), en cuanto amanece para él, que no ha de ser antes de las doce del día, es pedir un espejo (Navarrete 1843: 398).

De manera similar a la cita anterior de Matoses, Navarrete destaca algunas de las desdeñosas cualidades y, según él, afeminadas del elegante. El hecho de que duerma hasta el mediodía lo presenta como un miembro de la sociedad improductivo, lo que claramente no concuerda con los ideales del ingenio y la ética laboral. En cuanto al ensimismamiento del elegante, podemos contrastar su amor narcisista por los espejos con una escena de *Tormento* de Pérez Galdós, en la que Agustín Caballero hace alusión a la relación entre la masculinidad y el acicalamiento.¹⁴ La presentación de Caballero en el relato ocurre en el quinto capítulo, en el que, tras finalizar su paseo a caballo matutino, va a visitar la casa de sus primos, Rosalía y Francisco Bringas. En cuanto llega a la puerta Rosalía intenta arreglarle la corbata: “¡Ay, qué desgarrado eres! Si te dejases gobernar, qué pronto serías otro” (Pérez Galdós 2001: 39). Caballero, que no es un hombre que se deje “gobernar” por nadie, deja de lado las preocupaciones de su prima por su aspecto –descalificándolas de meros “melindres”– y explica que lleva quince años sin molestarse en mirarse al espejo (Pérez Galdós 2001: 39). Mostrando un claro acuerdo, el narrador expone en detalle el rechazo de Caballero hacia el protocolo del buen vestir, así como su desprecio por los imitadores de la alta sociedad, quienes se preocupan en demasía por las apariencias: “Caballero, con muy buen sentido, había comprendido que era peor afectar lo que no tenía que presentarse tal cual era a las vulgares

¹⁴ Debe observarse que, de todas las características masculinas de esta novela o su continuación, *La de Bringas*, Caballero representa el modelo de masculinidad más positivo (McKinney 2010: 95-108).

apreciaciones de la afeminada sociedad en que vivía” (Pérez Galdós 2001: 40). La creencia de que la moda (y, por extensión, todo aquel al que le preocupe excesivamente ser observado) queda fuera del ámbito propio de los hombres se encuentra implícita en estas afirmaciones, sobre todo en el uso del adjetivo “afeminada”. Los hombres que se preocupan por la moda o la imagen despiertan desconfianza, dado que parecen transgredir los límites de la conducta “apropiada” para el sexo masculino.

No es de extrañar que el elegante fuera presa fácil de la prensa satírica. La sátira está diseñada para mofarse de forma ingeniosa de los defectos y los disparates que se observan en la sociedad y a menudo intenta convencer al público de que algo o alguien es reprobable o ridículo. De forma similar a la viñeta anterior de *Los españoles pintados por sí mismos*, gran parte de las caricaturas del artista Francisco Ramón Cilla ocultaban preocupación mediante un toque de humor. En una de estas imágenes, un hombre y una mujer observan un escaparate, en el que la palabra “MODA” aparece estarcida a través del cristal. La señora luce un traje largo de cuello alto y manga larga, combinado con un sombrero de plumas. El hombre que se observa junto a ella viste un abrigo largo y ajustado (levitón) y un sombrero de copa. El artista ha compuesto la obra de forma que ambas siluetas sean similares y los cuatro versos del final de la página explican esta semejanza: “Entre los sexos contrarios / se dan ya aproximaciones: / se aproximan en derechos, / en gustos y hasta en faldones” (Cilla 1898: 122). La desaparición de fronteras, en este caso entre lo masculino y lo femenino, es precisamente lo que estimulaba la neurosis fisiognómica del siglo XIX. Parafraseando a Larra, la confusión de categorías de la indecibilidad convierte todos los días del año en carnaval. En una sociedad que predicaba la doctrina de las diferencias esenciales, la ambigüedad de género suponía una afrenta para el orden establecido.

Otra caricatura de Cilla en *Madrid Cómico* transmite un mensaje similar acerca del dudoso género del elegante, aunque es el lector a quien corresponde sacar sus propias conclusiones. En la parte superior de la página, aparece el título “EL SEXO ¿FUERTE?”, cuya puntuación cuestiona de inmediato la identidad de género del elegante que aparece más abajo. El sujeto principal se encuentra frente al escaparate de una taller de costura, inclinado hacia adelante para poder disponer de una mejor visión de los artículos que se exhiben. Sus pensamientos, que se observan en la parte inferior de la imagen, ayudan al espectador a contestar a la pregunta que plantea el título: “¡Caramba! el caso es que necesito una docena de corbatas

y no sé qué modelos elegir... ¡Ay, Jesús! nos mandan unas cosas de París este año...” (Cilla 1897: 365). Su emoción por algo tan trivial como las corbatas tiene la intención de provocar risas, y al espectador le habría resultado fácil concluir que el elegante no podía pertenecer en modo alguno al sexo fuerte. En el siglo XIX, moda era sinónimo de femenino, y el hombre que no fuera capaz de percibirlo no era considerado como tal.

A pesar de que el temor ante la ambigüedad de género fuera una realidad cultural durante el período en cuestión, vestir de negro era algo más que una simple reacción ante la feminización de la moda. Es posible que la popularidad del traje negro tuviera además fundamentos políticos. Los estilos del siglo anterior fueron importados de París, símbolos del afrancesamiento promovido por el régimen borbónico, y, a menudo, eran asociados con el afeminamiento. En el reportaje de la escena artística parisina de 1880, el corresponsal en París de *La Ilustración Española y Americana*, Jacinto Octavio Picón, condenaba “la ignorancia del público francés, que toma por elegante lo afeminado y confunde lo bonito con lo bello” (Picón 1880: 389). Picón no se refiere a la moda en concreto, sino más bien, al “mal gusto” de los franceses en general. Gabriel Araceli, narrador y protagonista de *Los episodios nacionales* de Pérez Galdós, expresa una opinión parecida con respecto al gusto francés. En *Trafalgar*, Araceli contrasta la afeminada apariencia de los afrancesados con la forma de vestir de los españoles típicos: “Como yo observaba todo, me fijé en la extraña figura de aquellos hombres, en sus afeminados gestos y sobre todo en sus trajes, que me parecieron extravagantísimos” (Pérez Galdós 2003: 142). En ese caso, la feminización de la moda tiene un matiz añadido, el prejuicio nacional. Araceli observa que, a diferencia de sus amigos y conocidos, los cuales “vestían a la española”, esos afrancesados, a quienes denominaba “afeminados”, se inspiraban en París a la hora de escoger sus ropajes (Pérez Galdós 2003: 142). ¿Es posible que el gusto por los estilos londinenses de la España del siglo XIX tuviera más que ver con un rechazo a la cultura francesa que con una verdadera admiración por lo británico? Sin duda se observa un cierto sentimiento anti-francés en la adopción del traje negro y se puede hablar incluso de un nacionalismo sutil.

Debido al surgimiento del liberalismo que vino unido al establecimiento de la burguesía en España, podemos interpretar la homogeneidad de la vestimenta masculina como una declaración sociopolítica de los ideales liberales (Pena González 2008: 30). No obstante, no deberíamos aceptar a la ligera la declaración de igualdad universal realizada por el seg-

mento liberal de la recién empoderada burguesía. Como ha demostrado el historiador Jesús Cruz, la persistencia de la “antigua sociedad” perduró a lo largo del siglo, a través de la monopolización del poder político, económico y social ostentado por una minoría dominante que hacía uso del parentesco, la amistad y el mecenazgo para mantener su control (Cruz 1996: 172). Públicamente, la ascendente clase media abogaba por la reforma, la revolución y la igualdad. Sin embargo, en privado los ideales del antiguo régimen continuaron dominando (Cruz 1996: 171-77). Como si se tratara de una nueva ronda del juego de la silla, las reglas no cambiaron, simplemente había subido al trono un nuevo jugador.

Esta dinámica sugiere una interpretación alternativa del negro de los burgueses. En España dicho color siempre había sido asociado con el poder, la autoridad y la legitimidad, motivo por el cual la popularidad del traje negro en España debía ser interpretada con un matiz distinto al de otras naciones. A diferencia de Estados Unidos e incluso Inglaterra, la tradición española de vestir de negro es mucho más extensa y su intención iba más encaminada a fortalecer las divisiones que a hacerlas desaparecer. En su análisis de la ropa negra, John Harvey observa que “it was Spain, more than any other nation, which was to be responsible for the major propagation of solemn black both throughout Europe, and in the New World” (Harvey 1995: 72). Cuando en 1516 Carlos V heredó la corona española no solo trajo consigo los títulos de las casas de los Habsburgo y Borgoña, sino también la costumbre de vestir de negro de la corte de Borgoña. En el icónico retrato de Tiziano (1548) se observa a Carlos V sentado en una silla y vestido de negro de pies a cabeza, con la excepción de un cuello blanco y un colgante de oro.¹⁵

Como emperador del Sacro Imperio Romano Germánico, es difícil exagerar la influencia que Carlos V ejerció sobre la moda española. Mas sería su hijo, Felipe II, quien instituyera la ropa negra como el unifor-

15 Como ejemplo de la influencia ejercida por la monarquía española en Europa, Barzini, autor de *The Europeans*, relata cómo una visita de Carlos V en 1530 marcó el inicio de una nueva fase de la moda italiana: “That year Charles V came to Bologna to be crowned both king of Italy and Roman emperor by the Pope and to pose for a portrait by Titian. He and his retinue paraded on horseback through the city streets. The gay Italians, dressed in silks of all colors, brocades, velvets, and damasks, cheered their guests and tossed flowers from balconies hung with multicolored cloths and tapestries. All the unsmiling Spanish dignitaries, as pale as El Greco saints, wore black with white ruffled collars. A few months later the Italians, most of them, wore black too, as if to show their sorrow for the end of the Renaissance and the loss of their liberties and joy of life” (Barzini 1983: 36).

me de la monarquía española. Felipe II reinó durante más de 40 años, y resulta extremadamente difícil encontrar un retrato suyo en el que no fuera vestido de negro. Como lo explica José Luis Colomer en un reciente estudio, en el ámbito de la corte española el negro llegó a ser símbolo del poder de la Corona en la península como en todos los territorios españoles (Colomer 2014). Cuando la clase media en alza busca afianzar su posición, una forma de conseguirlo es imitando a las clases dominantes de antaño. Arropándose de negro, al igual que los monarcas más poderosos, la nueva élite social de España reclama el trono para sí misma de manera simbólica.

Resulta difícil ignorar los ecos del austero estilo Habsburgo en el retrato del político Segismundo Moret, realizado por Federico de Madrazo en 1855. El aspecto de Moret evoca los atuendos de Carlos V, aunque es también característico de los hombres españoles del período en cuestión y representa el modelo hegemónico de masculinidad popularizado por la clase media. Se observa al político de pie, erguido, ligeramente ladeado y con el brazo izquierdo apoyado en la cadera. Su cabello corto y castaño se observa peinado hacia atrás y la densa barba y bigote aparecen muy bien cuidados. En cuanto a su atuendo, viste completamente de negro, el uniforme estándar del caballero del siglo XIX. La negrura de su vestimenta es tal que los únicos toques de color son la cadena dorada de un reloj de bolsillo y una diminuta parte de cuello blanco que asoma por encima del abrigo y la corbata. Muestra un semblante de serenidad y el aspecto de un hombre seguro de sí mismo. La apariencia de Moret no rechaza la atención de los demás, sino que la controla y, a diferencia de las representaciones del elegante, que dan lugar al menosprecio y a la sorna, Moret parece exigir respeto. El traje negro, representado en el retrato de Madrazo, se transforma así de un envoltorio donde camuflarse a una declaración de soberanía.

En España, la asociación del color negro con la Iglesia Católica aumentó su importancia simbólica. A fin de cuentas, si pensamos en hombres vestidos de negro nos viene a la cabeza la imagen de sacerdotes llevando sotanas, motivo por el que es probable que Carlos V y Felipe II vistieran de dicho color. Los hombres de negro representaban la máxima autoridad moral y en un estricto estado cristiano vestir de negro constituía una buena práctica por parte del rey. A pesar de que la simbólica conexión entre el negro y la corte resultara presuntuosa, la vinculación con el clero muestra una renuncia a la ostentación. Es ahí donde radica la genial paradoja del negro. Se trata de un color polisémico, que permite ser importante sin ofensa, una atractiva característica para un grupo social en alza. Al parecer,

mediante una hábil maniobra, el hombre de negro esquivaba la escalera social para situarse en una moral.

En resumen, los avances de la cultura visual y, en particular, el vínculo entre la condición de espectador y la movilidad social, tuvieron como resultado identidades de género cada vez más sujetas a temas de estilo, apariencia y consumo. Al mismo tiempo, la reformulación de los roles de género, basados en las diferencias esenciales, contribuyeron a la feminización de la moda. Estas múltiples formas de restricción, empleando el lenguaje de Foucault, implicaban que el caballero respetable solo disponía de una opción viable al abrir las puertas de su armario cada mañana. El traje negro era la prenda preferida de aquellos que deseaban emular al modelo hegemónico. Vestir con cualquier otra prenda podía generar dudas sobre la masculinidad de uno. A pesar de la aparente simplicidad del traje negro, constituía un indicador complejo, llamativo dentro de su discreción. Representaba recato y ambición al mismo tiempo. Por un lado, el hombre de clase media que vestía de negro parecía decir: “No me miréis. No quiero ser objeto de vuestras miradas”. Por otro, decía: “Miradme, ahora mando yo”.

Al igual que en la mayoría de los campos discursivos, el discurso sobre la moda se caracteriza por la contradicción. El ideal femenino conocido como el ángel del hogar relegaba a las mujeres al ámbito privado, sin embargo, el discurso acerca de la moda las designaba como símbolos del estatus familiar, requiriéndose así su presencia en público. Asimismo, la hegemonía masculina presentaba ideales que resultaban aparentemente incompatibles. Por un lado, se honraba el matrimonio, la fe y el civismo, sin embargo, muchos de los modelos de masculinidad (el colonizador, el don Juan, el soldado) rechazaban los límites impuestos por los sistemas basados en dichos valores. La cuestión que se plantea el hombre de clase media de la España del siglo XIX es de cómo controlar el orden social sin verse afectado por él. Un interrogante que los estudiosos tendrán aún que investigar.

El historiador Keith Thomas mencionó en una ocasión que “those who study the past usually find themselves arriving at two contradictory conclusions. The first is that the past was very different from the present. The second is that it was very much the same” (Thomas 1991: 10). Esto parece cumplirse en la forma actual de vestir de los hombres en España, dado que la moda masculina ha dejado de tener muchas de las connotaciones negativas del pasado. Las campañas publicitarias van dirigidas a todo tipo de hombre e incluyen un gran abanico de colores y estilos. Lo que es más importante, el deseo de vestir bien no provoca el desprecio patente de hace

un siglo. Sin embargo, a pesar de todos estos cambios, cuando se trata del buen vestir, muchas cosas no cambian. Con solo echar un vistazo a los eventos de alfombra roja, las bodas o las reuniones del comité ejecutivo, se observa que el traje negro sigue siendo la opción preferida de los hombres. Los pantalones y las camisas llamativas pueden ser apropiados para ir al parque o al bar, pero cuando uno es objeto de todas las miradas, como el traje negro no hay nada. Al parecer, no es que el negro vuelva a estar de moda, sino que nunca dejó de estarlo.

Referencias bibliográficas

- ALDARACA, Bridget (1991): *El ángel del hogar: Galdós and the Ideology of Domesticity in Spain*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- ÁLVAREZ-OSSORIO ALVARIÑO, Antonio (1998-99): “Rango y apariencia: el decoro y la quiebra de la distinción en Castilla (siglos XVI-XVIII)”. En: *Revista de Historia Moderna*, nº 17, pp. 263-278.
- ANDERSON, Lara (2012): “The Fabricated Shopper: Trade Deficit as Allegory in Late-Nineteenth-Century Spain”. En: *Letras Hispanas*, vol. VIII, nº 1, pp. 100-108.
- ANÓNIMO (1836): “Fisonomía: La nariz”. En: *Semanario Pintoresco Español*, pp. 163-165.
- BACON, Kathy (2007): *Negotiating Sainthood: Distinction, Cursilería and Saintliness in Spanish Novels*. London: Legenda.
- BALZAC, Honoré de (2010): *Treatise on Elegant Living*. Cambridge: Wakefield.
- BARNARD, Malcolm (2002): *Fashion as Communication*. London: Routledge.
- BARTHES, Roland (2006): *The Language of Fashion*. New York: Berg.
- BARZINI, Luigi (1983): *The Europeans*. New York: Simon and Schuster.
- BERNIS, Carmen (1988): “El traje burgués”. En: Menéndez Pidal, Gonzalo (ed.): *La España del siglo XIX vista por sus contemporáneos*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, pp. 456-479.
- BREWARD, Christopher (1999): *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life (1860-1914)*. Manchester: Manchester University Press.
- BUTLER, Judith (1992): *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- BYRDE, Penelope (1992): *Nineteenth Century Fashion*. London: Batsford.
- CILLA, Francisco Ramón (1897): “El sexo ¿fuerte?”. En: *Madrid Cómico*, XVII, nº 768, p. 365.
- (1898): “Aproximaciones”. En: *Madrid Cómico*, XVIII, nº 781, p. 122.
- COLOMER, José Luis (2014): “El negro y la imagen real”. En: Colomer, José Luis/Descalzo, Amalia (dirs.): *Vestir a la española en las cortes europeas (siglos XVI y XVII)*. Madrid: Centro de Estudios Europa Hispánica, pp. 77-111.

- CONNELL, R. W. (1995): *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- COPELAND, Eva María (2007): "Galdós's *El amigo Manso*: Masculinity, Respectability, and Bourgeois Culture". En: *Romance Quarterly*, vol. LIV, nº 2, pp. 109-133.
- CRANE, Diana (2000): *Fashion and its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press.
- CRUZ, Jesús (1996): *Gentlemen, Bourgeois, and Revolutionaries: Political Change and Cultural Persistence Among the Spanish Dominant Groups 1750-1850*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DAMHORST, Mary Lynn (1999): "Dress and Nonverbal Communication". En: Damhorst, Mary Lynn/Miller, Kimberly A./Michelman, Susan O. (eds.): *The Meanings of Dress*. New York: Fairchild Books, pp. 78-88.
- DAVIS, Fred (1994): *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- DAVIS, Kathleen (2004): *The Latest Style: The Fashion Writing of Blanca Valmont and Economics of Domesticity*. Madrid/Frankfurt a.M.: Iberoamericana/Vervuert.
- DÍAZ MARCOS, Ana María (2006): *La edad de seda: representaciones de la moda en la literatura española (1728-1926)*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- EDWARDS, Tim (2006): *Cultures of Masculinity*. London: Routledge.
- EICHER, Joanne (2001): "Dress, Gender and the Public Display of Skin". En: Entwistle, Joanne/Wilson, Elizabeth (eds.): *Body Dressing*. New York: Berg, pp. 233-252.
- ENTWISTLE, Joanne (2000): *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity.
- ERWIN, Zachary (2012): "Fantasies of Masculinity in Emilia Pardo Bazán's *Memorias de un solterón*". En: *Revista de Estudios Hispánicos*, vol. XLVI, nº 3, pp. 547-568.
- FLÜGEL, J. C. (2004): "The Great Masculine Renunciation and its Causes". En: Purdy, Daniel (ed.): *The Rise of Fashion*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 102-108.
- FOUCAULT, Michel (1980): *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*. Colin Gordon (ed.). London: Longman.
- (1988): *Politics, Philosophy, Culture: Interviews and Other Writings, 1977-1984*. Lawrence D. Kritzman (ed.). London: Routledge.
- GRAHAM, John (1986): *Lavater's Essays on Physiognomy: A Study in the History of Ideas*. Bern: Peter Lang.
- HALBERSTAM, Judith (1998): *Female Masculinity*. Chapel Hill: Duke University Press.
- HARPRING, Mark (2008): "Sexo, sexualidad e ideal masculino en 'Higiene sexual del soltero', de Ciro Bayo". En: Juan-Navarro, Santiago/Torres-Pou, Joan (eds.): *Memoria histórica, género e interdisciplinariedad: Los estudios culturales hispánicos en el siglo XXI*. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 163-171.
- HARVEY, John (1995): *Men in Black*. Chicago: University of Chicago Press.
- (2008): *Clothes*. Stocksfield: Acumen.
- HOLLANDER, Anne (1994): *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. New York: Alfred A. Knopf.
- HORN, Marilyn/GUREL, Lois (1981): *The Second Skin: An Interdisciplinary Study of Clothing*. Boston: Houghton Mifflin.

- HUNT, Alan (1996): *Governance of the Consuming Passions: A History of Sumptuary Regulation*. London: Macmillan.
- IAROCCHI, Michael (2003): "Virile Nation: Figuring History in Galdós's *Trafalgar*". En: *Bulletin of Spanish Studies*, vol. LXXX, nº 2, pp. 183-202.
- IRIGARAY, Luce (1978): "Interview 1". En: Hans, Marie-Françoise/Lapouge, Gilles (eds.): *Les femmes, la pornographie, l'érotisme*. Paris: Seuil, pp. 43-58.
- JAGOE, Catherine (1994): *Ambiguous Angels: Gender in the Novels of Galdós*. Berkeley: University of California Press.
- JONES, Jennifer (2004): *Sexing La Mode: Gender, Fashion and Commercial Culture in Old Regime France*. Oxford: Berg.
- KAISER, Susan (1997): *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*. New York: Fairchild.
- KASABAL (1893): "El traje de etiqueta". En: *La Correspondencia de España*, vol. XLIV, nº 12866, p. 1.
- (1897): "La elegancia masculina". En: *Nuevo Mundo*, IV, nº 169, p. 4.
- KAWAMURA, Yuniya (2005): *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg.
- KEFGEN, Mary/TOUCHIE-SPECHT, Phyllis (1986): *Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance: A Guide for the Consumer*. New York: Macmillan.
- KIMMEL, Michael (1987): "Rethinking 'Masculinity': New Directions in Research". En: Kimmel, Michael (ed.): *Changing Men: New Directions in Research on Men and Masculinity*. Newbury Park: Sage, pp. 9-24.
- KUCHTA, David (2002): *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity*. Berkeley: University of California Press.
- LABANYI, Jo (2000): *Gender and Modernization in the Spanish Realist Novel*. Oxford: Oxford University Press.
- LAVATER, Johann Casper (1797): *Physiognomische Fragmente*. London: W. Locke.
- LURIE, Alison (1981): *The Language of Clothes*. New York: Random House.
- MARTÍNEZ BERMEJO, Saúl (1990): "Beyond Luxury: Sumptuary Legislation in 17th-Century Castille". En: Lottes, Günther/Medijainen, Eero/Sigurosson, Jon Vidar (eds.): *Making, Using and Resisting the Law in European History*. Pisa: Pisa University Press, pp. 93-108.
- MATHER, Cotton (1694): *Ornaments for the Daughters of Zion*. London: Thomas Parkhurst.
- MATOSÉS, Manuel (1883a): "En la cara". En: *Madrid Cómico*, III, nº 15, pp. 3-6.
- (1883b): "Los elegantes". En: *Madrid Cómico*, III, nº 34, pp. 3-6.
- McKINNEY, Collin (2010): *Mapping the Social Body: Urbanisation, the Gaze, and the Novels of Galdós*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- MONLAU, Pedro Felipe (1853): *Higiene del matrimonio ó El libro de los casados*. Madrid: Rivadeneyra.
- NAVARRETE, Ramón de (1843): "El elegante". En: VV.AA.: *Los españoles pintados por sí mismos*. Madrid: Ignacio Boix, pp. 397-404.
- NIXON, Sean (1996): *Hard Looks: Masculinities, Spectatorship and Contemporary Consumption*. New York: St. Martin's.

- ORTIZ, Gloria (1991): *The Dandy and the Señorito: Eros and Social Class in the Nineteenth-Century Novel*. New York: Garland.
- PENA GONZÁLEZ, Pablo (2002): "Dandismo y juventud". En: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 98, pp. 107-121.
- (2008): *El traje en el Romanticismo y su proyección en España, 1828-1868*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- PÉREZ GALDÓS, Benito (1923): "El Elegante". En: *Fisonomías sociales*, vol. 2. Madrid: Renacimiento, pp. 231-242.
- (1972): "La sociedad como materia novelable". En: *Ensayos de crítica literaria*. Barcelona: Ediciones Península, pp. 115-132.
- (2000): *La desheredada*. Madrid: Cátedra.
- (2001): *La de Bringas*. Madrid: Cátedra.
- (2002): *Fortunata y Jacinta*. Madrid: Cátedra.
- (2003): *Trafalgar*. Madrid: Cátedra.
- PICÓN, Jacinto Octavio (1880): "Crónica artística: París, el salón de 1880". En: *La Ilustración Española y Americana*, pp. 386-389.
- PINO, M. (1891): "Un símbolo del oriente". En: *La Edad Dichosa*, II, nº 30, pp. 474-475.
- REILLY, Andrew/COSBEY, Sarah (2008): *The Men's Fashion Reader*. New York: Fairchild.
- REMENTERÍA Y FICA, Mariano de (1850): *Nuevo manual de urbanidad, cortesanía, decoro y etiqueta, o el hombre fino*. Madrid: Norberto Llorenç.
- REYERO, Carlos (1996): *Apariencia e identidad masculina: De la Ilustración al Decadentismo*. Madrid: Cátedra.
- SEMPERE Y GUARINOS, Juan (1788): *Historia del lujo, y de las leyes suntuarias de España*. Madrid: Imprenta Real.
- SIEBURTH, Stephanie (1994): *Inventing High and Low: Literature, Mass Culture and Uneven Modernity in Spain*. Durham: Duke University Press.
- SIMMEL, Georg (1997): *Simmel on Culture: Selected Writings*. David Frisby (ed.). London: Sage.
- SINCLAIR, Alison (1984): *Madrid Newspapers 1661-1870: A Computerized Handbook Based on the Work of Eugenio Hartzenbusch*. Leeds: Maney.
- (2011): "Luxurious Borders: Containment and Excess in Nineteenth-Century Spain". En: Ros, Xon de/Hazbun, Geraldine (eds.): *A Companion to Spanish Women's Studies*, Woodbridge: Boydell and Brewer, pp. 211-226.
- SPENCER, Herbert (2004): "Fashion". En: Purdy, Daniel (ed.): *The Rise of Fashion*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 328-332.
- SPROLES, George (1979): *Fashion: Consumer Behavior Toward Dress*. Minneapolis: Burgess.
- STONE, Elaine (1999): *The Dynamics of Fashion*. New York: Fairchild.
- SVENDSEN, Lars (2006): *Fashion: A Philosophy*. London: Reaktion.
- THOMAS, Keith (1991): "Introduction". En: Bremmer, Jan/Roodenburg, Herman (eds.): *A Cultural History of Gesture*. Cambridge: Polity, pp. 1-14.
- TSUCHIYA, Akiko (2011): *Marginal Subjects: Gender and Deviance in Fin-de-siècle Spain*. Toronto: University of Toronto Press.

VALMONT, Blanca (1900): "Crónica". En: *La Última Moda*, XIII, nº 657, p. 2.

VEBLEN, Thorstein (1973): *The Theory of the Leisure Class*. Boston: Houghton Mifflin.

ZAKIN, Michael (2003): *Ready-Made Democracy: A History of Men's Dress in the American Republic, 1760-1860*. Chicago: University of Chicago Press.